

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

UMKM Endhyta Catering merupakan jasa catering untuk perusahaan, yang higienis, mempunyai standar dari Dinkes, dan laik hygiene. Saat pandemi Covid-19 terjadi, UMKM di Indonesia mengalami penurunan penjualan, bahkan ada yang mengatakan tidak ada penjualan sama sekali. Kemudian ada juga yang mengalami penurunan penjualan, bahkan ada yang sampai tutup atau gulung tikar. Meskipun terkena dampak dari Covid-19, UMKM tetap berusaha melanjutkan usahanya, salah satunya Endhyta Catering.

Komunikasi persuasif ternyata menjadi salah satu peran penting dalam keberlanjutan usaha ini. Komunikasi persuasif bisa melakukan pendekatan-pendekatan yang mempengaruhi seseorang, mengubah seseorang, dan merubah sikap yang mempunyai efek positif. Komunikasi persuasif ini dilakukan ketika ingin menciptakan kepercayaan, memenuhi keinginan seseorang, menciptakan niat baik kepada seseorang, merespon komentar seseorang, dan membujuk seseorang ketika sedang berkomentar. Selain itu komunikasi persuasif bisa mempengaruhi sikap seseorang ketika, seseorang mempunyai penampilan fisik yang menarik, dan memakai pakaian yang rapih. Intonasi suara, ekspresi wajah, dan gerakan tubuh seseorang juga sangat mempengaruhi sikap seseorang, dan memberikan respon yang positif.

Selain komunikasi persuasif ternyata masih ada strategi lainnya agar bisa melakukan pendekatan dengan menciptakan hasil yang positif salah satunya komunikasi *interpersonal*. Komunikasi *interpersonal* dilakukan dengan individu lain untuk menerima tanggapan, baik itu melalui interaksi langsung maupun melalui media lainnya. Komunikasi yang tidak efektif dapat mengganggu pelaksanaan strategi, saran, dan instruksi dalam mencapai tujuan dari sebuah perusahaan atau organisasi. UMKM Endhyta Catering melakukan komunikasi *interpersonal* satu arah, dan dua arah dengan baik. Hal ini ditunjukkan pada saat mereka berbicara

dengan calon *client* atau *client* mereka, dan mendapatkan efek atau umpan balik yang positif. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa komunikasi *interpersonal* terjalin karena dua individu memiliki hubungan yang jelas, dan dekat di antara mereka.

Hal yang membuat komunikasi persuasif, dan komunikasi *interpersonal* menjadi penting dalam keberlanjutan UMKM Endhyta Catering, karena dengan mereka melakukan dua komunikasi tersebut, para praktisi ini bisa mempersuasi *client* nya, menjadi bisa bernegosiasi kembali, membangun rasa percaya antara satu sama lain, dan merubah sikap yang tentunya positif. Peran komunikasi persuasif dan komunikasi *interpersonal* dianggap berhasil apabila terjadi persuasi, mempengaruhi sikap individu, dan mendapatkan *feedback* yang baik dari *client* nya.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian yang sudah dilakukan ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam penerapan komunikasi persuasif, dan komunikasi *interpersonal*. Peneliti ini tentu memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya bisa membahas atau menambahkan teori *marketing* agar penelitian ini bisa menjadi lebih lengkap.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Komunikasi persuasif, dan *Interpersonal* yang dilakukan UMKM Endhyta Catering dapat ditingkatkan lagi, dengan cara membuat strategi atau *planning* terlebih dahulu sebelum ingin bertemu calon *client* atau *client* yang sudah ada.